



Relatório de Estágio

Feira Viva

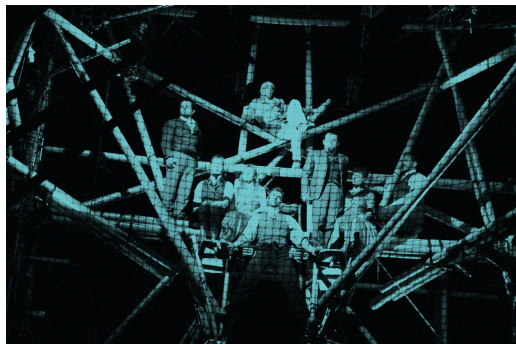
Juliana Costa

Relatório de Estágio apresentado à Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto para a obtenção do grau de Mestre em Design Gráfico e Projetos Editoriais, elaborada sob a orientação do Professor António Modesto Nunes da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto.

Porto, Julho de 2018

Orientado por
Professor António Modesto Nunes







Agradecimentos

A realização deste relatório de Mestrado contou com importantes apoios, sem os quais não se teria tornado uma realidade e aos quais estarei eternamente grata.

A toda a empresa Feira Viva pelo carinho com que me receberam desde o primeiro dia.

Ao departamento de Imagem e Comunicação pela paciência, ensinamentos e conhecimentos transmitidos ao longo deste tempo.

Um especial obrigada à Vânia Costa, Elsa Alves e Ricardo Pereira, sou uma privilegiada por ter aprendido tanto com vocês, agradeço-vos com a minha sincera amizade e gratidão.

Ao Doutor Paulo Sérgio Pais pela confiança e oportunidade.

Ao meu orientador, Prof. Doutor António Modesto Nunes, pela sua orientação, apoio e disponibilidade.

À Diana Cunha, foi maravilhoso fazer este caminho contigo.

Aos meu pais, sou uma sortuda por ser vossa filha.

À minha irmã Joana, a minha vida toda não será suficiente para te agradecer tudo o que fizeste e fazes por mim.

Aos meus irmãos, não de sangue mas de coração, Joel e Chico.

Ao Gonçalo, sou eternamente grata por poder partilhar a minha vida contigo.

Resumo

Constitui objeto do presente relatório a aprendizagem desenvolvida durante o estágio curricular realizado no âmbito do 2º ano do Mestrado de Design Gráfico e Projetos Editoriais, da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, no ano letivo de 2017/2018.

O estágio foi desenvolvido na empresa municipal Feira Viva, Cultura e Desporto, sediada em Santa Maria da Feira, Portugal.

A aprendizagem aqui relatada refere-se a todo o contexto envolvente aos projetos de maior relevo desenvolvidos pela empresa no período atrás referido: organização e gestão, comunicação, clientes e públicos, entre outros.

Deste modo, e através da minha experiência pessoal, o meu objetivo principal, foi adquirir conhecimento prático que complementasse a formação académica desenvolvida no mestrado. Neste sentido, na reflexão final exponho o papel preponderante que os estágios curriculares podem assumir na formação daqueles que os realizam, bem como na maturação da sua identidade profissional.

Palavras-Chave

*Design Gráfico,
Design Editorial,
Comunicação,
Feira Viva.*

Abstract

The object of the following report is the learning outcome earned during the curricular internship held in the second year of the Masters in Graphic Design and Editorial Projects, from the Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, in the academic year of 2017/2018.

This internship was developed at the municipal company Feira Viva, Cultura e Desporto, based in Santa Maria da Feira, Portugal.

The learning reported here refers to the whole context involved in the most relevant projects for the company, within the aforementioned period: organization and management, communication, clients and services, among others aspects.

Therefore, and through my personal experience, my main objective was to acquire the practical knowledge that complemented the academic training developed in the Master's curricular year. In this sense, in the final reflection of this report I expose the preponderant role that the curricular internships can assume in the formation of those who realize it, as well as in the maturation of their professional identity.

Keywords

*Graphic Design,
Editorial Design,
Communication,
Feira Viva.*

Índice

Introdução **14**

01 ENQUADRAMENTO

A Feira Viva Cultura e Desporto, E.M. **18**

Espaço, Localização **19**

Constituição Jurídica e Financiamento **22**

DIC Departamento de Imagem e Comunicação **23**

Hierarquia **24**

Organização e Gestão **28**

Gestão de Design, orçamento, clientes

Gestão de projeto / design

Missão DIC **30**

Linguagens, património e modernidade

Campo de Ação **33**

Equipamento Municipais / Eventos

Europarque - Cidade dos Eventos

HMC Sports - Piscinas e Ginásios Municipais

Zoo de Lourosa - Parque Ornitológico

Cineteatro António Lamoso

SM Store - Loja Oficial de Santa Maria da Feira

Natação Adaptada

Viagem Medieval

Perlim - Uma Terra de Sonho

Semana Santa

Fogaceiras

Imaginarius

02 APRENDIZAGEM

Inserção no DIC **60**

Organização e Posição **62**

A Feira Viva no Mundo Digital **64**

Comunicação Digital **66**

03 PROCESSO

Interação e Perceção **70**

Comunicar Perlim **71**

Perlim aos olhos dos seus criadores

Perlim aos meus olhos

Autonomia Criativa **79**

Processo criativo

Imprevistos

Nova Identidade HMC **86**

Diversidade Linguística **88**

04 CONCLUSÕES FINAIS

Conclusões Finais **94**

Fontes Consultadas **99**



Introdução

No âmbito do Mestrado em Design Gráfico e Projetos Editoriais da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, optei por, entre as alternativas fornecidas pela Faculdade, realizar um estágio curricular e o respetivo relatório de estágio.

O principal objectivo do referido estágio foi introduzir-me no mundo do trabalho e, consequentemente, aplicar o que aprendi ao longo dos últimos anos enquanto estudante de Design num contexto profissional.

Optei por realizar o meu estágio na empresa municipal Feira Viva Cultura e Desporto, situada em Santa Maria da Feira, uma cidade portuguesa, não só pelo excelente trabalho gráfico que tem vindo a desenvolver, mas também por promover a cultura e o desporto da minha terra natal e poder contribuir, de certa forma, para a continuidade do seu sucesso.

Desde muito nova que testemunho o crescimento e desenvolvimento da cidade e que reconheço que tal sucesso é da responsabilidade da empresa municipal que gere os equipamentos e eventos municipais. A Feira Viva é uma entidade que assume a gestão de uma grande quantidade de eventos diferentes, eventos esses que mudam a forma de ver e viver a cultura em Portugal, bem como a visão da cidade onde está sediada, dado que acrescentam valor e unicidade ao seu panorama de roteiros de atividades anuais, reconhecidas nacional e internacionalmente.

Na qualidade de empresa municipal, que trabalha em prol da cidade e da sua população, estagiar no Departamento de Imagem e Comunicação da Feira Viva permitiu-me criar métodos de trabalho e formas de reagir rápida e eficazmente a problemas reais.

Ao longo do presente relatório irei relatar a minha aprendizagem na empresa em questão, demonstrando e comprovando a relevância da inserção em realidades diferentes do meio académico. Para este efeito, este relatório encontra-se dividido em três partes: enquadramento, aprendizagem e processo.

De forma a contextualizar esta minha aprendizagem, na primeira parte procuro explicar os ideais e valores da Feira Viva, bem como a sua organização, gestão e campos de ação que, por se tratar de uma empresa municipal, são bastante específicos. O Departamento no qual fui inserida e a aprendizagem que retive com as suas metodologias, serão desenvolvidos numa segunda parte. Finalmente, optei por numa terceira parte expor as minhas experiências práticas, que potenciaram a minha evolução como designer.

Termino este relatório com uma reflexão crítica sobre esta experiência, avaliando o seu impacto na minha formação profissional e no meu crescimento pessoal.



01
ENQUADRAMENTO

A Feira Viva Cultura e Desporto, E.M.

A Feira Viva Cultura e Desporto, E.M. designada abreviadamente por Feira Viva, é uma empresa Municipal sediada em Santa Maria da Feira e fundada a 24 de Novembro de 2000.

Responsável pela administração e gestão de equipamentos desportivos, culturais e sociais, pela promoção e realização de atividades de animação desportiva, recreativa, cultural e iniciativas de carácter sócio-económico e científico, a empresa Feira Viva é o rosto e a voz da cultura e da promoção da mesma no município de Santa Maria da Feira.

Espaço, Localização

A empresa está localizada em Santa Maria da Feira, um território que tem conseguido, de forma ímpar, notoriedade a nível cultural, industrial e empresarial, bem como ao nível das infraestruturas, eventos e equipamentos. Nos últimos vinte anos, esta evolução potenciou um acréscimo do valor da região e, consequentemente, do país.

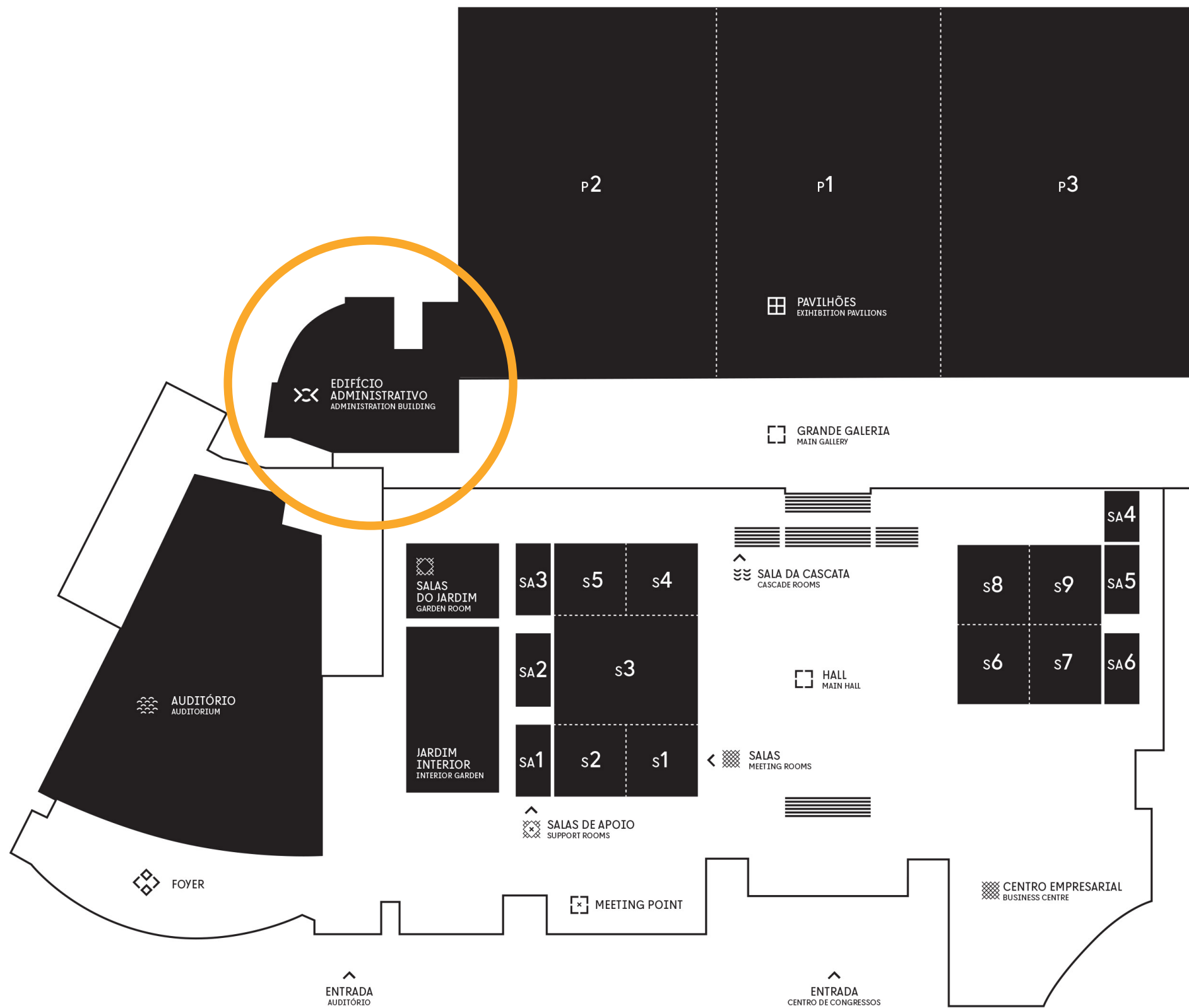
Com cerca de 140 mil habitantes, localizado na Área Metropolitana do Porto e no distrito de Aveiro, o concelho de Santa Maria da Feira deixa o convite para a visita a equipamentos únicos no país, alusivos à sua tradição histórica e cultural.

A cidade da Feira remete-nos para uma época longínqua, o que se deve provavelmente à formação de uma povoação perto do castelo da Feira. Junto às suas muralhas realizava-se uma feira, sob a invocação da Virgem Maria, na qual se vendiam os produtos das colheitas, as alfaias, as ferramentas, e outros artigos necessários para a vida quotidiana da população.

O castelo, como símbolo militar e de defesa de uma vasta região, proporcionava aos feirantes a segurança necessária aos seus bens e produtos, podendo assim comercializá-los sem receios, ajudando a transformar esta feira numa importante manifestação religiosa, cultural e social. Neste contexto, nasceu o nome da terra: Santa Maria da Feira.



Em 2015, a Feira Viva, por designação do Município de Santa Maria da Feira, assume a gestão do Europarque - Centro de Congressos. Assumida a gestão, o edifício administrativo, localizado na rua interior do Europarque, passou a ser a sede da empresa.



Constituição Jurídica e Financiamento

Na qualidade de empresa municipal*, a Feira Viva é portadora de um capital com o montante de 564.488,43 euros, valor que pode ser alterado através de dotações, dependendo da autorização do município de Santa Maria da Feira. A empresa é gerida pelas verbas atribuídas pelo município mas também pelos receitas originadas pelas suas diversas atividades.

** É uma empresa dotada de personalidade jurídica e autonomia administrativa, financeira e patrimonial, e criada sob proposta da Câmara Municipal à Assembleia Municipal. No âmbito das atribuições cometidas aos municípios, tem como fim a promoção e o desenvolvimento de atividades de reconhecido interesse público local. A denominação da empresa é acompanhada pela sigla EM. Podem revestir a natureza de:*

- Empresa pública, se o município detém a totalidade do capital;*
- Empresa de capitais públicos, se o município detém a participação de capital em associação com outras entidades públicas;*
- Empresa de capitais maioritariamente públicos, se o município detém a maioria do capital em associação com outras entidades privadas.*

DIC – Departamento de Imagem e Comunicação

O Departamento de Imagem e Comunicação, um dos departamentos da Feira Viva, é coordenado pela designer sênior da empresa. Este departamento é responsável por toda a imagem da Feira Viva e dos seus eventos e equipamentos.

No âmbito do plano de estudos do 2º ano do Mestrado em Design Gráfico e Projetos Editoriais, fui integrada no departamento suprarreferido na qualidade de estagiária, pelo que será neste que se encontrará o meu foco ao longo deste relatório.

Hierarquia

A Feira Viva é a responsável pelos equipamentos municipais de Santa Maria da Feira, tais como: o Europarque; o HMC Sports - Piscinas e Ginásios Municipais; o Zoo de Lourosa - Parque Ornitológico de Santa Maria da Feira; o Cineteatro António Lamoso; a Feira Viva Natação Adaptada; e a loja oficial de Santa Maria da Feira - SM Store.

Para além disto, a empresa é também a responsável pelos eventos acolhidos pelo município, como é o caso da Viagem Medieval, de Perlim - Uma Terra de Sonho, da Semana Santa e das Fogaceiras.

Embora sejam geridos pela Feira Viva, desde o carácter económico e social ao carácter comunicativo e gráfico, estes equipamentos e eventos são assumidos pelos seus respectivos diretores, que comunicam ao DIC as suas necessidades de comunicação. Por sua vez, o departamento responde a estas necessidades e guia-se pelo feedback do respectivo diretor.

Sendo a Feira Viva uma empresa municipal que trabalha exclusivamente para projetos e instalações do município, a sua hierarquia é complexa.

No topo da pirâmide encontra-se o diretor geral da empresa, passando por ele todas as decisões, especialmente as mais importantes e decisivas. De seguida, temos os coordenadores: os das instituições e os dos departamentos (departamento financeiro, departamento de animação e departamento de imagem e comunicação).

Embora todos os departamentos da empresa se complementem e a decisão de todo o material gráfico, desde impresso a digital, passe pelos diferentes diretores (consoante o seu fim), é na hierarquia do departamento onde fui inserida que me vou centrar de seguida.

A designer sénior da empresa é a coordenadora do DIC, todas as decisões referentes ao departamento passam por ela, desde as decisões relacionadas com a divisão do trabalho, atribuição de tarefas ou até mesmo organização.

Em seguida, vem o consultor da empresa, - também coordenador na ausência da designer sénior -, pessoa com bastante conhecimento e influencia, que consubstancia um elemento muito forte no departamento e na empresa.

Não numa posição de chefia, mas com muita importância e responsabilidade na empresa, vêm o programador e web designer e a responsável pelo marketing, comunicação e relações públicas.

Dado o crescimento da empresa e o conseqüente aumento do volume de trabalho, foi necessário complementar a equipa com mais um designer e um programador, sendo dois elementos de relevo para que tudo corra sempre bem.

Por último, vem o estagiário que, numa fase inicial, presta apoio aos designer, sendo-lhe delegadas mais responsabilidades e poder decisório numa fase posterior. Em alguns projetos, o estagiário tem autonomia absoluta, ou seja, trata destes desde a sua criação até ao acompanhamento da sua produção.

Feira Viva Cultura e Desporto, E.M.

Departamento de Imagem e Comunicação

DIRETOR GERAL FEIRA VIVA

No topo da pirâmide surge o diretor geral da empresa Feira Viva. Todas as decisões passam por ele, especialmente as mais importantes e decisivas.

DIRETORES DE DEPARTAMENTO E EQUIPAMENTOS FEIRA VIVA

Diretores / coordenadores dos departamentos Feira Viva (departamento financeiro, departamento de animação e departamento de imagem e comunicação).
Diretores / coordenadores dos Equipamentos Municipais geridos pela Feira Viva (HMC Sports I Zoo de Lourosa I Europarque I Feira Viva Natação Adaptada I SM Store I Cineteatro António Lamoso).

DIRETORA DO DEPARTAMENTO DE IMAGEM E COMUNICAÇÃO

A designer sénior da empresa é a coordenadora do DIC, todas as decisões referentes ao departamento passam por ela, desde decisões relacionadas com a divisão do trabalho, atribuição de tarefas ou até mesmo organização.

COORDENADOR E CONSULTOR

Consultor da empresa (inserido no Departamento de Imagem e Comunicação) e coordenador do DIC na ausência da designer sénior.

DEVELOPER E MARKETING

Developer, Social Media, Video; Marketing, Comunicação e Relações Públicas.

DESIGN E PROGRAMAÇÃO

Designer Gráfico, Programação e desenvolvimento.

ESTAGIÁRIA

Estagiária em Design Gráfico.

Organização e Gestão

Gestão de design, orçamento, clientes

Cada polo da Feira Viva (incluindo equipamentos municipais e eventos), tem um valor orçamentado, que só pode ser ultrapassado com prévia justificação. Esse valor atribuído é devidamente dividido pelas necessidades, ou seja, o DIC tem sempre um valor que não pode ser excedido, tendo de o gerir entre todo o material de comunicação.

O método de “compra” dos materiais necessários para o trabalho é muito importante e rigoroso. Assim que produzido, é enviado para o departamento financeiro um e-mail no qual é solicitado um pedido de orçamento, após o qual a responsável pelas compras pede, no mínimo, três orçamentos que organiza num documento excel, optando-se por norma pelo valor mais baixo.

No entanto, não se procede desta forma quando é devidamente justificado, como por exemplo um mau serviço prestado pela entidade contratada.

Assim que é escolhido o fornecedor, é enviado um pedido de encomenda, onde é explicado o pretendido e o porquê de ser solicitado. De seguida, o pedido é aceite ou recusado pela administração, ou seja, pelo director geral. Só quando o pedido é validado é que é feito o contacto com o fornecedor e enviado o trabalho para produção.

Após estar realizado, a Feira Viva tem um prazo de 60 dias úteis para transferir o valor do serviço. Contudo, existem exceções ao procedimento exposto, nomeadamente

quando o trabalho é urgente e necessita de ser produzido rapidamente, situação em que os orçamentos podem ser pedidos pelos elementos da equipa, de forma a tornar o processo mais célere. Como se trata de uma empresa em parte dependente do Estado, não é permitido exceder os 25.000 euros disponíveis, no prazo de três anos, para a mesma entidade.

Gestão de projeto/design

Todas as semanas, os membros do DIC reúnem-se para discutir novas propostas de trabalho, o estado dos projetos em execução e as entregas mais próximas. Mais perto de algum evento, aumenta a pressão e a frequência das reuniões.

Todo o trabalho é dividido pelos membros de modo uniforme. As plataformas digitais, como por exemplo sites e *leadingpages*, são entregues aos programadores, que são apoiados na parte gráfica pelos designers. Todo o material gráfico é gerido também pelos designers, que têm sempre o apoio da *copyright* no que toca a conteúdos escritos. As redes sociais, uma ferramenta muito utilizada pela Feira Viva, são alimentadas por todo o DIC, todos os elementos sem exceção são administradores das contas, quer dos equipamentos, quer dos eventos.

Missão DIC

Linguagens, património e modernidade

A missão da Feira Viva passa pela direcção e gestão dos equipamentos desportivos, culturais e sociais, pela promoção de atividades de animação desportiva, recreativa e cultural e iniciativas de carácter socioeconómico e científico, segundo os mais elevados padrões de qualidade, ao menor custo possível, tendo sempre em perspetiva a melhoria contínua dos produtos e serviços, de modo a exceder as expectativas da população, elevando a qualidade de vida desta.

Tendo em conta os setores que a Feira Viva gere, a função do Departamento de Imagem e Comunicação é construir a imagem de cada setor e, por sua vez, divulgá-la. Cada evento ou cada equipamento municipal possui uma linguagem própria e cada membro do DIC tem de ter a capacidade de realizar trabalhos diferentes e com características muito distintas ao mesmo tempo. Enquanto que, por exemplo, o Zoo e Perlím exigem uma linguagem mais infantil e ilustrativa, o Europarque e o HMC Sports pedem uma linguagem mais sóbria e direta.

Assim, a função do DIC é responder de forma quase imediata às necessidades dos seus setores, utilizando nas suas respostas a linguagem adequada a cada evento ou equipamento, tratando da sua divulgação e comercialização. Todo o corpo e aspecto visual é pensado, planeado e produzido no Departamento de Imagem e Comunicação, desde os artefactos mais simples aos mais complexos. Sendo uma empresa municipal que trabalha exclusivamente para o município e sendo Santa Maria Feira um lugar com uma história inestimável, o objetivo da empresa passa essencialmente por preservar o seu património, modernizando-o, enquanto factor enriquecedor.



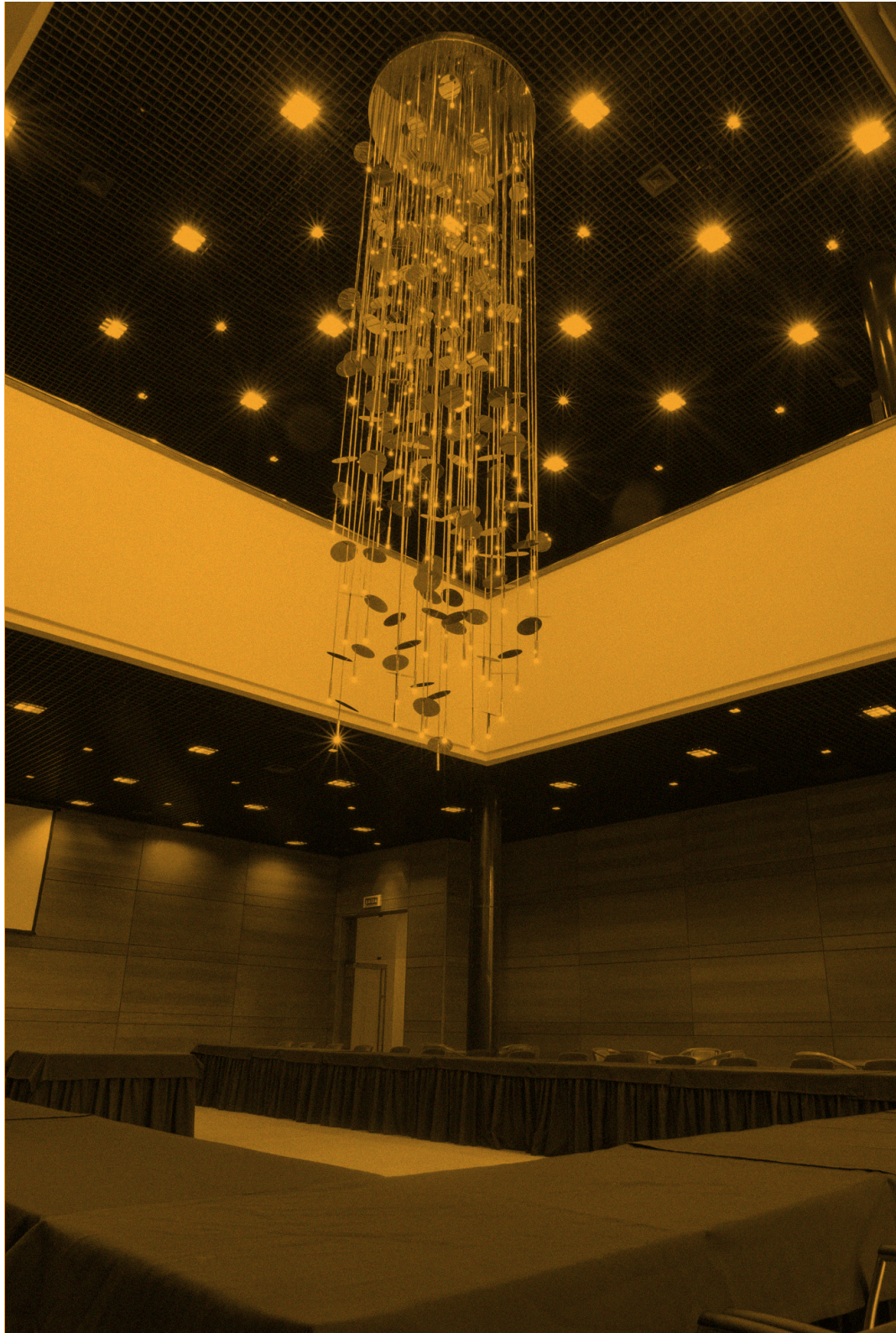
Comparação a Comunicação do equipamentos municipais Europarque e Zoo de Lourosa.

Campo de Ação

Equipamentos Municipais / Eventos

A Feira Viva é a responsável por equipamentos municipais como: o Europarque; o HMC Sports - Piscinas e Ginásios Municipais; o Zoo de Lourosa - Parque Ornitológico; Cineteatro António Lamoso; Feira Viva Natação Adaptada; e ainda, a loja oficial SM Store.

Além de organizar, divulgar e coordenar todos estes equipamentos, a Feira Viva é a mãe dos eventos acolhidos pelo município, como é o caso da Viagem Medieval, de Perlím - Uma Terra de Sonho, da Semana Santa, do Imaginarius e das Fogaceiras.



Europarque - Cidade dos Eventos

Equipamento Municipal

O Europarque é um equipamento com mais de 20 anos de experiência no acolhimento e organização de eventos pluridisciplinares, de âmbito essencialmente corporativo e institucional, com capacidades e funcionalidades ímpares.

Instalado numa área total de mais de 500 000 m², o Europarque possui um Centro de Congressos à medida das necessidades de cada cliente e de cada evento. Sendo esta uma entidade especializada na gestão de eventos e equipamentos, culturais e desportivos, conta com inúmeras distinções nacionais e internacionais, sendo de destacar o Guinness World Records, o Eventex, a ExpoEventos, a ART&TUR, entre outros.

O Europarque assume uma postura de abertura, dinamismo e dedicação ao cliente, humanizando os relacionamentos, dedicando-se a cada um e a cada evento com elevado grau de comprometimento. Estes resultados aumentam a responsabilidade da nova equipa que gere o espaço, que mantém o seu foco na modernização e na customização de cada acontecimento que a “Cidade dos Eventos” recebe.

2017

Prémio Bronze
Categoria de
Identidade
Corporativa do
Rebranding da Marca
Europarque, IDA –
International Design
Awards em Los
Angeles

Prémio Bronze
Categoria de Design
Imagem Corporativa
do novo Logotipo do
Europarque, Prémios
Lusófonos
da Criatividade



HMC Sports Piscinas e Ginásios Municipais

Equipamento Municipal

Dotada de particular competência na gestão de equipamentos desportivos, a Feira Viva tem sob a sua gestão as piscinas municipais do concelho de Santa Maria da Feira – Feira, Lourosa e Fiães.

Em 2008, a Piscina da Feira atingiu um marco fulcral no seu histórico, um objetivo estratégico de base: a autossustentabilidade económica de exploração, que se viria a consolidar em 2009, com prossecução nos anos seguintes.

Cerca de 40 novas atividades, modalidades e/ou serviços por ano, comunicados aos mais de 5 mil sócios do universo Piscinas Municipais, fazem deste setor de atividade da Feira Viva um dos mais dinâmicos da empresa. Com características particularmente distintas, em termos de infraestruturas, as três piscinas municipais têm acompanhado a maturação do concelho e da sua população, no que à prática de exercício físico diz respeito, e proporcionado uma mudança de hábitos e comportamentos face a critérios de saúde e bem-estar.

Desde o início do ano de 2018 que as Piscinas Municipais sofreram uma mudança de marca, passando a ser denominadas por HMC Sports - Piscinas e Ginásios Municipais, sendo agora portadoras de uma imagem mais fresca, jovem e moderna que vai ao encontro do pensamento partilhado por todos: “somos muito mais do que piscinas”.



Zoo de Lourosa

Parque Ornitológico

Equipamento Municipal

Em Setembro de 2000, o Zoo de Lourosa foi adquirido pela Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, no sentido de serem cumpridas as normas comunitárias relativas à exposição de animais ao público, estando desde Março de 2001 a ser gerido pela Feira Viva.

Actualmente, o Zoo de Lourosa, como único parque dedicado exclusivamente a aves de Portugal, e um dos poucos deste género da Europa, é membro das principais associações que envolvem parques zoológicos e aquários, nomeadamente a EAZA- Associação Europeia de Zoos e Aquários e a AIZA- Associação Ibérica de Zoos e Aquários.

Para além disto, o Zoo de Lourosa participa ainda numa série de programas de conservação de espécies a nível europeu e mundial, destacando-se os EEP- European Endangered Species Programmes e os Studbook's. A coleção de aves do Zoo encontra-se inserida numa base de dados internacional denominada ISIS - International Species Information System.



Cineteatro António Lamoso

Equipamento Municipal

O Cineteatro António Lamoso representa um agente de criação e produção artística transdisciplinar, bem como um espaço potenciador e difusor da dimensão criativa.

A Feira Viva pretende que este espaço mantenha uma ação permanente na construção de hábitos de consumo de bens culturais, assim como na construção e captação de públicos, com particular responsabilidade na formação de valores culturais nas gerações futuras.

Na qualidade de equipamento cultural, o Cineteatro António Lamoso tornou-se num espaço de encontro de diferentes públicos, com uma programação regular de qualidade, representativa das manifestações criativas do nosso tempo, para o desenvolvimento integrado da cultura.



SM Store

Loja Oficial de Santa Maria da Feira

Equipamento Municipal

A SM Store é a loja online que reúne *merchandising* associado ao município e a eventos como a Viagem Medieval, Imaginarius ou Perlim. A oferta da loja inclui mais de 200 artigos como vestuário quotidiano e trajes medievais, bolsas, joalharia e acessórios, louças, material de escrita, brinquedos, velas e sabonetes, artigos de decoração, heráldica, artesanato e livros.

É de destacar que todos os produtos disponíveis na SM Store são da autoria de entidades públicas e privadas do território e que parte deles são desenhados e projetados pelo Departamento de Imagem e Comunicação da Feira Viva.



Natação Adaptada

Equipamento Municipal

Em Portugal, 636.059 dos cidadãos são portadores de deficiência e/ou com mobilidade reduzida. O que representa, à data, 4,6% da população total do concelho de Santa Maria da Feira.

Neste contexto, surgiu o projeto Feira Viva Natação Adaptada, uma iniciativa que tem como principal objetivo dotar os atletas de uma forte vocação competitiva, baseada na formação e dedicação, dando a todos a oportunidade de desfrutar da emoção do desporto e da alta competição aos mais elevados níveis, nacional e internacional.

Este projeto pretende ainda motivar os atletas, dando-lhes a oportunidade de demonstrar as suas capacidades, independentemente das limitações de cada um. Dotado de uma equipa técnica altamente especializada e com uma coordenação médica atenta e disponível, o projeto arrancou em 2007 com cinco níveis diferentes de atuação, que se distribuem entre a Hidroterapia, a Adaptação ao meio aquático, a Pré-competição, a Competição e a Alta competição.



Viagem Medieval

Eventos

A Viagem Medieval é o maior evento de recriação medieval da Europa, realizando-se anualmente, ao longo de doze dias, no centro histórico da cidade de Santa Maria da Feira, atraindo diariamente cerca de 50 mil visitantes.

Com características únicas no país, este projeto diferencia-se pelo rigor histórico, dimensão (espacial e temporal) e envolvimento da população e associativismo local, reforçando a sua autoestima, o seu sentimento de pertença e mobilizando uma vasta equipa de mais de mil pessoas de áreas diversas, das quais 250 trabalham em regime de voluntariado.

Centrada na recriação de episódios e acontecimentos que marcaram a história local e nacional na Idade Média, a Viagem Medieval começou por realizar-se junto ao Castelo, mas rapidamente se expandiu para todo o centro histórico e zona envolvente, ocupando atualmente uma área de 40 hectares. Ano após ano, o crescimento deste projeto de animação e cultura foi acompanhado por diversas intervenções no centro histórico da cidade, ao nível da requalificação urbana e dos espaços verdes, garantindo as condições ideais para a realização deste e de outros eventos culturais. Pelos momentos de recriação histórica, diversidade de áreas temáticas e qualidade da animação permanente, a Viagem Medieval é um evento de grande envergadura que contribui para o estabelecimento de uma oferta turística única, reforçando a atratividade e potenciando a promoção turística.

2017

1º Prémio Melhor Evento Cultural
Prémios Eventoplus Espanha

1º Prémio Best Cultural Event

2º Prémio Grand Prix Best Event
Eventex
Global Eventex Awards Irlanda

2016

Prémio Ciudad de Castellón
Fundação Moros d'Alqueria Espanha

2015

Menção Honrosa Melhor Filme de Turismo
ART&TUR

Certificado de Excelência
Trip Advisor

2014

Prémio Melhor Evento Público
ExpoEventos

2013

Prémio Melhor Animação
ExpoEvento

2012

Prémio Melhor Animação / Performance
Evento Cultural

2009

Melhor Evento Cultural
ExpoEventos



Perlim Uma Terra de Sonho

Eventos

Perlim é um espaço único, no qual somos capazes de nos perder no meio de cenários inesquecíveis, que misturam o trabalho de criação cenográfica com mais de 150 personagens que habitam o espaço que recebe o evento, a Quinta do Castelo.

Como evento, o parque temático nasceu em 2008, com o propósito de dinamizar de forma lúdica e pedagógica o último trimestre do ano e em 2016 registou mais de 120 mil visitantes. Perlim foi idealizado como um espaço temático com o intuito de gerar experiências únicas e memoráveis ao público familiar e escolar.

Recuperando as figuras e histórias do imaginário infantil, as fábulas, as lendas, os contos de fadas e o encanto de Natal, que continuam a prender as atenções de todos, Perlim é a porta de entrada para um mundo mágico. Enquanto que permite aos adultos resgatar a magia que está guardada na memória de todos, este evento desperta nas crianças o melhor das suas fantasias, estimulando a imaginação e a criatividade em momentos de estreita partilha com os pais.

Todos os conteúdos utilizados no Perlim, desde os conteúdos visuais aos literários, são originais e criados pelo Departamento de Imagem e Comunicação da Feira Viva.

2013
**Melhor Animação/
Performance**
Artística em Evento
ExpoEventos



Semana Santa

Eventos

Com mais de 17 anos de experiência vivida nas ruas da cidade, a recriação da Semana da Paixão de Cristo em Santa Maria da Feira é um evento que, sendo parte integrante das celebrações da Semana Santa, envolve a sociedade civil e eclesial local na recriação daqueles que foram os últimos dias da vida de Jesus.

Nesta semana, o mistério da morte e ressurreição é trazido à população pela representação em espaços da cidade que são preenchidos com as vivências dos últimos dias do Redentor, tendo as ruas, praças e edifícios como centro da ação.

Com características ímpares e utilizando toda a cidade como palco das recriações levadas a cabo neste período, a Semana Santa de Santa Maria da Feira tem dado provas de que já é muito mais do que um evento religioso, assumindo uma forte componente cultural e social e atraindo visitantes de todo o país à cidade.



Fogaceiras

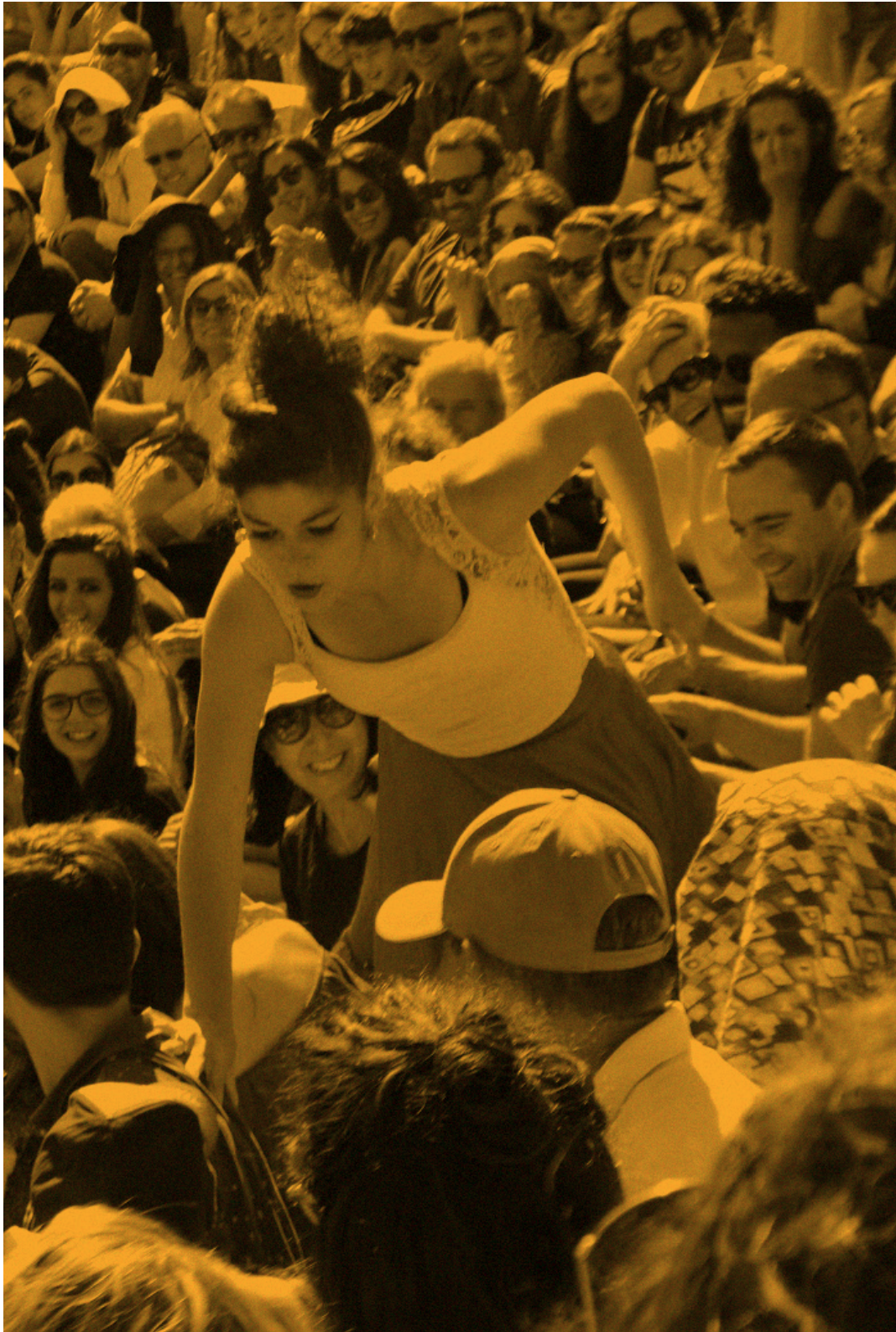
Eventos

A Festa das Fogaceiras é a mais antiga e simbólica festividade religiosa do concelho de Santa Maria da Feira. Na origem deste evento encontramos o voto ao Mártir S. Sebastião, feito pelo povo da Terra de Santa Maria, numa altura em que a região teria sido assolada por um surto de peste que vitimou parte da população.

Ora, em troca de proteção o povo prometeu que, a cada dia 20 de janeiro, realizaria uma procissão e a oferta de um pão doce e delgado, normalmente confeccionado para ocasiões especiais: a fogaça.

Esta devoção popular do culto a S. Sebastião aumentou na época medieval. Seguidamente, como aconteceu mais tarde em 1505, manifestações religiosas anteriores, como a festa do Espírito Santo, promovida na época da rainha Santa Isabel, donatária do Castelo da Feira, foram convertidas na cerimónia de devoção ao Mártir, sempre acompanhado pela fogaça, o pão doce distribuído pelos pobres, dando continuidade à partilha comunitária já vivida.

A Festa das Fogaceiras é um acontecimento muito valorizado por toda a população do concelho, sendo cumprida religiosamente e com todos os pormenores que esta exige. Na procissão do dia 20 de Janeiro só podem participar meninas imaculadamente vestidas de branco e com uma facha ou azul ou vermelha, as cores do município.



Imaginarius

Eventos

Com um percurso consolidado ao longo de 15 anos na promoção das Artes de Rua em Portugal, o Imaginarius é o palco privilegiado de reputados artistas e companhias, nacionais e internacionais, que elegem o espaço público de Santa Maria da Feira para apresentar as suas criações, muitas delas em estreia absoluta. La Fura dels Baus, Royal de Luxe, Titanick Theatre, Pippo Delbono, Xarxa Teatre, Transe Express, Leo Bassi, Strange Fruit, Cacahuète, Gran Reyneta, CirkVOST, Hortzmuga Teatroa, KTO Theater, Odin Teatret, Pan Optikum e Antagon Theater AKTion são algumas das companhias mundiais que já passaram pelo festival e deixaram uma marca no território.

Ora, o mesmo aconteceu com a participação de reputados criadores, como o Nobel da Literatura Dario Fo, os fotógrafos Spencer Tunick e Oliviero Toscani, o cineasta Manoel de Oliveira, a artista plástica Joana Vasconcelos e o mestre na arte do mascaramento urbano Donato Sartori, que envolveram a comunidade e o espaço público da cidade nas suas intervenções artísticas.

Desde a primeira edição que o Imaginarius aposta em criações próprias como o “Entrado”, que envolveu a participação de 30 reclusos do Estabelecimento Prisional do Porto, ou “O Comboio Fantasma de Santa Maria da Feira”, de Lee Beagley, com estruturas artísticas locais. Os projetos de teatro comunitário, como “Baralha”, desenvolvido com a comunidade cigana local, “Texturas”, que homenageou a indústria da cortiça, ou “EXPANDE” que explorou as tradições em torno da indústria do papel, também assumem um espaço de grande relevo no Festival.

Em 2008, o Imaginarius lançou um projeto de experimentação musical, que se destaca no panorama da arte contemporânea – a Orquestra Criativa de Santa Maria da Feira. Sob a direção artística do maestro Aleksandar Caric Zar, esta formação conta atualmente com 150 elementos do território.

Desde 2009 que o Festival abre espaço a jovens criadores de todo o mundo através do Mais Imaginarius, privilegiando a experimentação e novas abordagens no espaço público de Santa Maria da Feira, com uma forte ligação ao mercado internacional. A vertente formativa e de intercâmbio artístico mantém-se assim como uma aposta estratégica do Imaginarius, materializada em *workshops* e residências artísticas com grandes mestres das Artes de Rua.

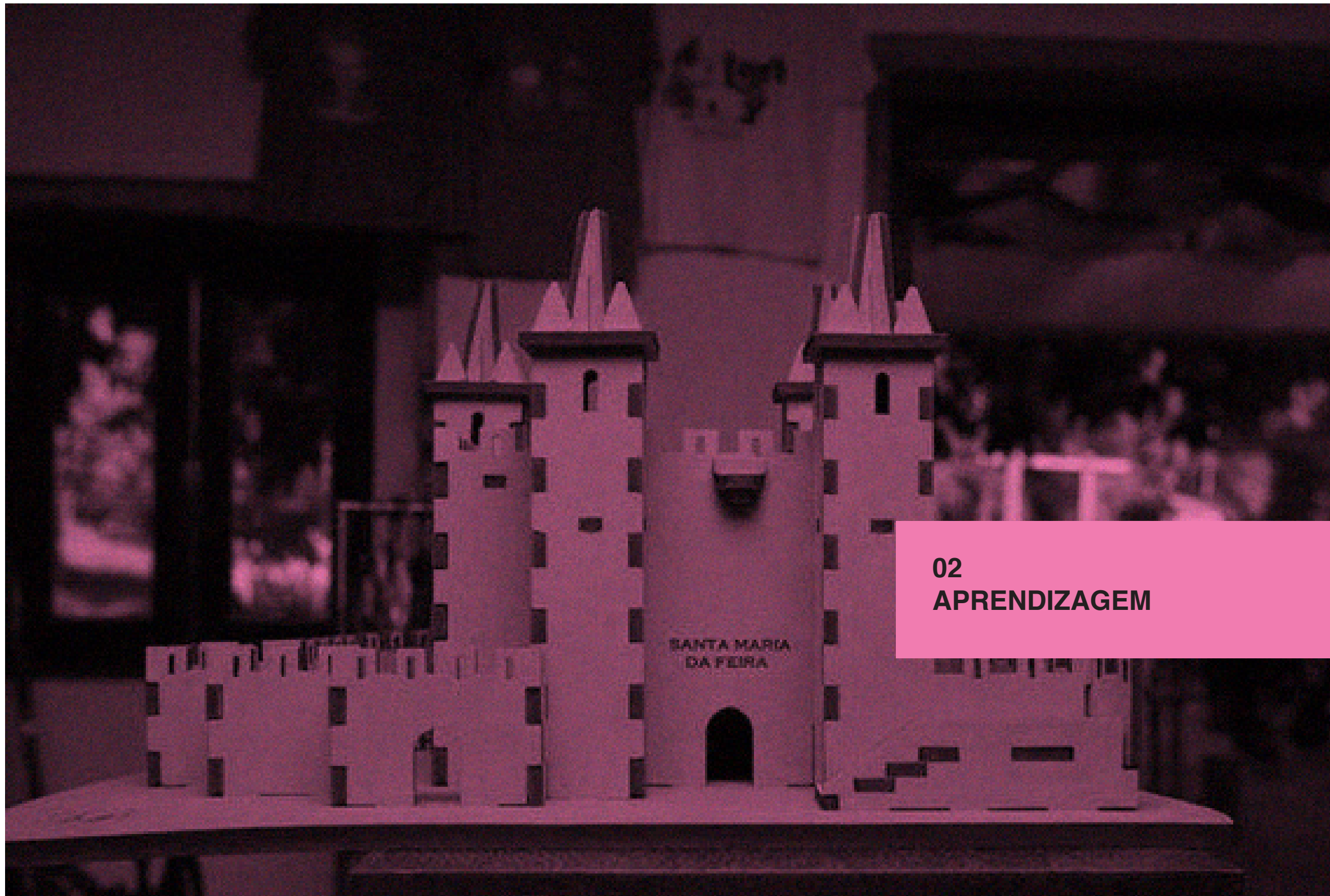
2017

Melhor Video
Events, Fairs and
Conventions
ART&TUR

2016

Best Cultural and
Artistic Event
ExpoEvento





02 APRENDIZAGEM

Inserção no DIC

Iniciei o meu processo de estágio na Feira Viva no dia 2 de Outubro, depois de passar por um processo de aprovação por parte dos Recursos Humanos e da coordenação do Departamento de Imagem e Comunicação.

O primeiro dia de estágio serviu como uma espécie de boas vindas, onde fui apresentada a todos os departamentos da empresa pela minha orientadora de estágio, a designer sénior, também coordenadora do departamento onde fui inserida. Com uma apresentação mais detalhada, não só dos elementos da equipa mas também dos setores trabalhados pelo departamento numa perspetiva mais gráfica, fui anunciada ao Departamento de Imagem e Comunicação.

Numa fase inicial, fiquei a partilhar o espaço de trabalho com a minha orientadora de estágio, que me deu alguns tópicos de projetos relacionados com todos os setores, com o objetivo de eu entender em quais me iria inserir melhor. Com o aumento de confiança em mim, foi-me dada maior autonomia na realização de projetos mais simples, como fichas de visita e mapas de atividades, de forma a estabelecer um contacto direto entre mim e os coordenadores dos setores da Feira Viva.

Posteriormente, as minhas responsabilidades aumentaram e comecei a contactar diretamente com alguns “clientes”. Com o meu crescimento na Feira Viva, passei a utilizar o método DIC, usado por todo o departamento, método esse que consiste na utilização de um disco partilhado e, em simultâneo, na elaboração de documentos físicos. Foi-me entregue um documento esquematizado que podia consultar sempre que tivesse alguma dúvida relacionada com a organização destes meios partilhados.

Durante essa fase de maior autonomia, passei para o escritório do Designer Gráfico e dos dois programadores da empresa, onde já conseguia acompanhar os projetos por completo, desde a elaboração do seu pedido de intervenção ao acompanhamento da arte final.

No evento Perlim, realizado durante o período de estágio, senti realmente que confiavam em mim e no meu trabalho, uma vez que me fui encarregar de tarefas de relevo.

Organização e Posição

Dentro do departamento de comunicação existem sempre muitas tarefas e trabalhos em execução. Embora os eventos só aconteçam uma vez no ano, os equipamentos municipais estão abertos todo o ano e necessitam de constante alimentação e atualização.

Neste contexto, o mais difícil é conciliar a organização dos grandes eventos e, em simultâneo, assegurar o trabalho regular dos equipamentos municipais. Eventos como Perlim e a Viagem Medieval são o resultado de muitas horas intensas de trabalho, antes e durante as suas datas de vigência, motivo pelo qual a organização no departamento é tão minuciosa.

Ora, uma das estratégias para que esta organização não falhe é a adoção de um método intitulado por “método DIC”, como já referi anteriormente. É comum a todo o departamento um disco partilhado, intitulado de DIC, onde é criado um separador anualmente. Dentro de cada ano estão listados os setores da Feira Viva e dentro de cada setor os projetos que são numerados e identificados, como por exemplo, “Europarque < 2017_01_Calendário”. A pasta relativa a cada projeto tem de conter todo o material elaborado em dois formatos: editável e para visualização, sendo também obrigatório as provas dos pedidos de orçamento.

Esta partilha assume um papel fundamental, uma vez que toda a equipa tem acesso ao trabalho realizado, permitindo economizar tempo, dado que ninguém repete trabalho que já se encontre produzido e guardado no disco.

Este é um método exclusivamente interno do departamento, mas como também é muitíssimo importante manter a empresa atualizada, em especial a administração, é necessária a criação de “Pedido de intervenção – PI’s” para cada projeto.

Assim que é iniciado um projeto, é impresso um PI, um documento físico identificado com o nome do projeto (exatamente da mesma forma que está identificado no disco partilhado), e atualizado diariamente até que este se encontre finalizado. Nesse documento, é necessário registar as tarefas diárias juntamente com a sua data de início e a aprovação de cada tarefa.

Ainda que pareça um processo demasiado rigoroso, este constitui uma ferramenta de trabalho útil, para que cada elemento do DIC se sinta orientado.

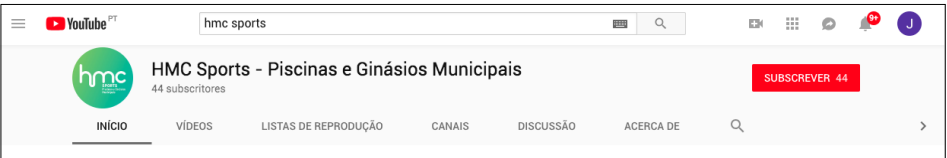
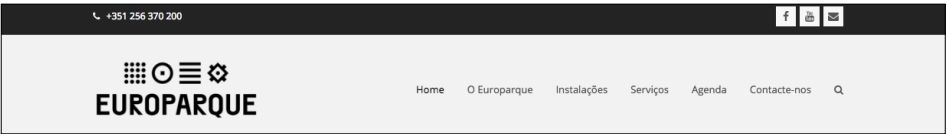
A Feira Viva no Mundo Digital

A Feira Viva investe muito na comunicação dos seus setores, quer dos equipamentos municipais, quer dos eventos. Cada setor é portador de uma página de facebook, de instagram, de google+, de um canal no youtube e de um *web site*. A divulgação digital e online foi a forma que a empresa encontrou para estar cada vez mais próxima das pessoas, recebendo assim os seus *feedback's*.

Como os *web sites* são construídos com *backoffice* (pelos programadores), torna-se fácil a edição dos web sites por todos os elementos do departamento, sempre que necessário.

Para além disto, outra das particularidades em que a Feira Viva investe é o seu banco fotográfico. Sempre que existe um evento - quer evento propriamente dito, quer relativo a um dos equipamentos municipais -, é publicada uma galeria fotográfica nos meios digitais. Embora não existam regras definidas, é importante seguir a identidade que foi adotada ao longo do tempo. Nas fotografias e nos vídeos capturados e previamente editados, dá-se especial relevo ao fator humano: as pessoas são retratadas em momentos relacionais e emotivos.

Encontrando-se muitas das fotografias e dos vídeos do referido banco disponíveis nas redes sociais, há uma aproximação da empresa à população, que pode visualizar estes conteúdos em qualquer uma das páginas da Feira Viva.



Exemplos de redes sociais dos equipamentos municipais e eventos Feira Viva.

Comunicação Digital

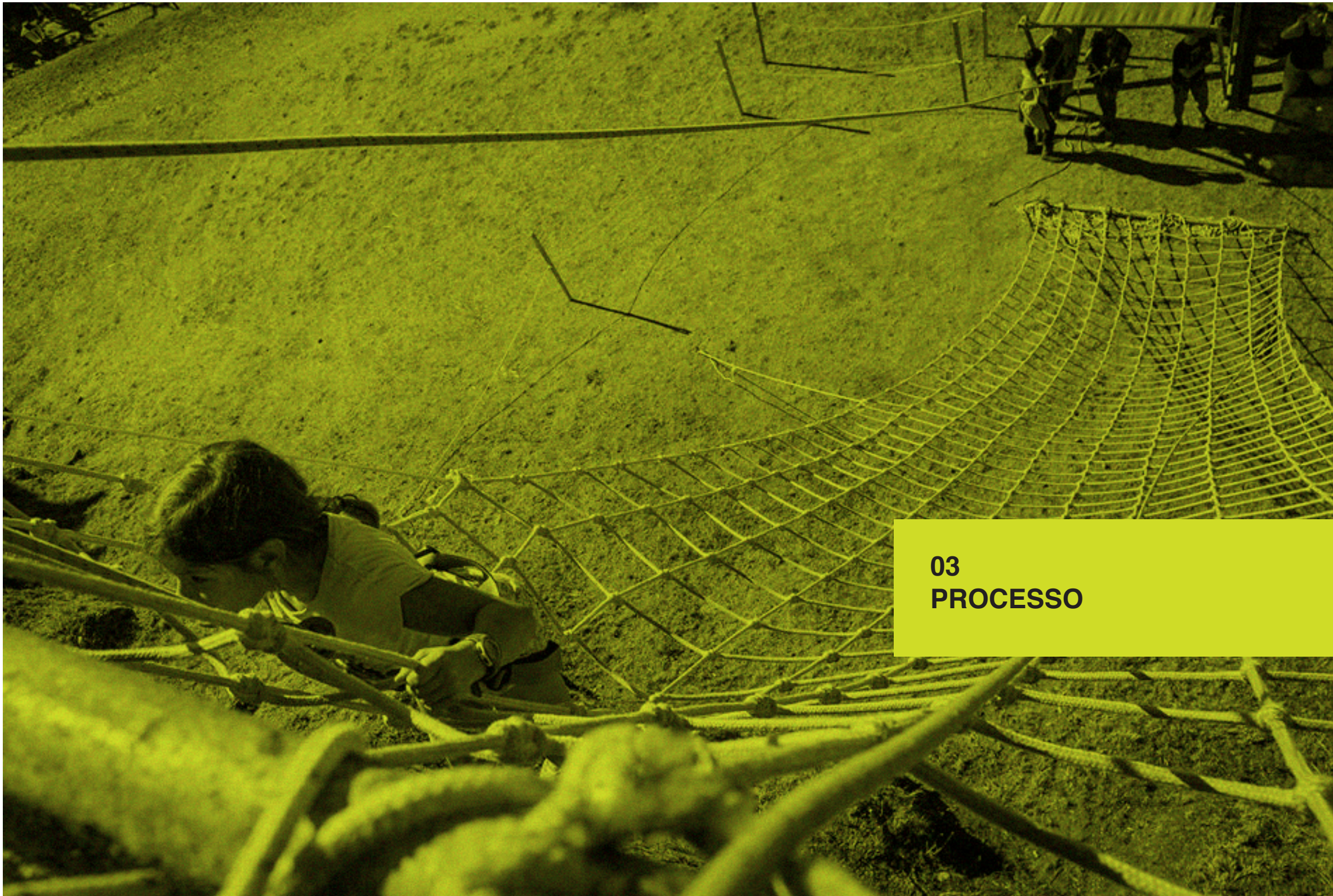
Sendo a Feira Viva uma empresa municipal que gere vários setores do município, é necessária uma organização digital exigente.

Tal como já foi referido anteriormente, cada equipamento municipal e cada evento é portador de um conjunto de redes sociais, que necessita ser alimentado diariamente com informações referentes a cada setor em particular. Para tornar esta gestão o mais simples e direta possível, os elementos do DIC – administradores das redes sociais, nomeadamente do facebook – sempre que planeiam lançar qualquer comunicação, sejam notícias, fotografias, lançamentos de *landing pages* ou vídeos, agendam na página de forma a que outro elemento tenha em consideração as publicações futuras, de forma a não duplicar ou congestionar a informação.

Uma das regras da organização digital é precisamente não ultrapassar, no máximo, dois assuntos distintos no mesmo dia, relacionados com o mesmo setor, pois a acumulação de informação leva à falta de atenção por parte do espectador.

Por norma, as contas de instagram, youtube e google+ estão divididas pelos elementos do departamento, sendo cada um responsável maioritário de cada uma, o que não significa que com diálogo prévio isto não possa ser alterado.

Não menos importante é manter os eventos de grande formato, como a Viagem Medieval, o Perlim e o Imaginarius, vivos durante todo o ano. Na altura do ano dedicada a cada evento, a informação sai em massa, mas ao longo do ano, embora com menos frequência, as redes sociais dedicadas a cada evento são alimentadas de forma gradual e progressiva, de forma a criar expectativa no público.



03 PROCESSO

Interação e Perceção

Na fase inicial do meu estágio, em que passei por um processo de adaptação na empresa, em particular no Departamento de Imagem e Comunicação, prestei apoio em diversos projetos e áreas.

Após ter entendido a dinâmica de todos os processos e ter conseguido a confiança do DIC no meu trabalho, comecei a desempenhar as minhas tarefas de uma forma mais individual e autónoma, sobretudo no evento que aconteceu durante o meu período de estágio, o Perlim.

Comunicar Perlim

Tal como já referi anteriormente, Perlim – Uma Terra de Sonho, é um parque temático de Natal, neste momento o maior parque temático do país, conseguindo uma média de 150 000 000 visitas por edição.

O evento acontece em Santa Maria da Feira, mais concretamente na Quinta do Castelo, durante todo o mês de Natal, ou seja, o mês de dezembro. Sendo um evento de grande dimensão e mobilização, é a partir de meados de agosto, após o fecho do evento Viagem Medieval, que começa a ser pensado e estruturado.

Todos os conteúdos utilizados no parque temático, quer visuais, quer literários, são 100% originais e criados pelo DIC. Perlim conta com 19 áreas temáticas, desde diversões a teatros e musicais e todos eles são da autoria de pessoas e identidades do município, o que valoriza e publicita o trabalho regional.



Construção de cenários para o evento Perlim, nomeadamente o castelo, lugar onde são apresentados os principais espectáculos.



Montagens de outras áreas presentes no evento, como por exemplo a loja oficial de Santa Maria da Feira, que durante o evento é denominada por "perlinices".

Perlim aos olhos dos seus criadores

Perlim é um parque temático não só dedicado ao Natal, mas também à família, o maior desafio para os criativos é criar conteúdos gráficos e comunicativos para um parque de Natal que obrigatoriamente tem de ser feito a pensar nas crianças, mas, em simultâneo, tem de ter em consideração os adultos, uma vez que toda a família tem de ser cativada.

A Quinta do Castelo, lugar onde acontece o parque temático Perlim, sofre uma intervenção por parte dos criativos de forma a torná-lo não só o mais belo e mágico possível, mas também prático, funcional e de fácil leitura. Sendo uma quinta com muita vegetação e recantos, a sinalética instalada no local é minunciosamente calculada, criada e aplicada, tornando o espaço o mais prático possível mesmo em alturas de maior adesão.

Neste âmbito, toda a comunicação tem uma importância enorme, especialmente a que diz respeito à orientação, sendo crucial não só a sinalética, mas também os mapas e programas, dado que o espaço tem muitas atrações e encontra-se aberto apenas da parte da tarde.

Deste modo, a missão da equipa é tornar a leitura do espaço e dos acontecimentos o mais fácil e lógica possível, ajudando o público a economizar tempo e a desfrutar ao máximo do espaço e das suas atividades.

Ora, uma das ferramentas mais preciosas nesta orientação é a APP Perlim, criada pelos programadores do DIC, onde as pessoas podem encontrar o mapa do espaço devidamente ilustrado, bem como todas as áreas temáticas e devidos horários.



Alguns exemplos de informação orientativa e informativa que ajudam não só na orientação das pessoas pelo espaço, mas também para garantir a segurança das mesmas.



Alguns exemplo de sinalética referentes a áreas temáticas e também com dados informativos àcerca da Quinta do Castelo.



Perlim aos meus olhos

Foi nas preparações de Perlim que senti que o meu trabalho era verdadeiramente valorizado. Desde início, demonstrei o meu gosto pela ilustração e foi-me dada a oportunidade de ilustrar em algumas áreas temáticas do evento.

Contudo, em alguns momentos senti a pressão dos prazos e a necessidade de ter de tomar decisões por mim própria, o que me deixou com algumas insegura e com alguns receios, dado que se tratava da minha primeira experiência no mundo do trabalho.

Além de ter trabalhado para o aspeto gráfico de Perlim, desempenhei outras funções durante o evento, o que mais uma vez me fez sentir verdadeiramente parte da equipa. Tive a oportunidade de sair da minha zona de conforto, aprender algumas bases de vídeo, edição de vídeo, logística e até mesmo controlar a reggie de um dos espetáculos. Foi então que assumi por completo a área temática “O Zoo em Perlim”, que irei relatar de seguida.

Devo sublinhar que, durante o meu estágio, em momento algum me senti uma mera estagiária, mas sim alguém que diariamente ia ganhando a confiança da equipa e a possibilidade de intervir seriamente e conscientemente nas tarefas do departamento.



Alguns exemplos de sinaléticas criadas com ilustrações da minha autoria.

Autonomia Criativa

Dado que o Zoo de Lourosa – Parque Ornitológico é um dos equipamentos geridos pela Feira Viva, este tem uma área temática em Perlím. Com um espetáculo com pequenas áreas de entretenimento, de cariz pedagógico e focado na educação ambiental, esta área foi assegurada por mim desde a criação do material gráfico ao acompanhamento da produção do mesmo.

Nesta 11ª edição de Perlím, o Zoo de Lourosa teve como tema “Floresta Silenciosa”, com o objetivo de sensibilizar para a extinção de algumas espécies de aves, em particular das canoras.



Imagens do teatro “A Floresta Silenciosa”.

Processo criativo

A nona área temática de Perlim era dedicada ao Zoo de Lourosa, intitulada de “Floresta Silenciosa”. O principal objetivo desta área era, como já mencionamos, sensibilizar, o público mais jovem para a extinção das aves canoras.

Ao longo do mês de dezembro, o Zoo de Lourosa apresentou um teatro de cariz pedagógico e educativo, que alertava para este problema global.

Visto que a “Floresta Silenciosa” era especialmente dedicada a crianças e tentando ir de encontro à linguagem adotada pelo evento, trabalhei na base da ilustração. Inicialmente, fiz algumas pesquisas e estudos de forma e cor.

Embora seja uma área na qual me sinto à vontade, todo o trabalho ilustrativo que tinha feito até então era em contexto académico ou para concretização pessoal. Rapidamente entendi que trabalhar para nós próprios é bem diferente que trabalhar para responder ao pedido de um cliente, neste caso a diretora do Zoo. Consequentemente, tive algumas vezes que ignorar o lado mais conceptual e tentar ser prática e concisa.

Apesar de tentar sempre colocar o meu cunho pessoal em tudo o que faço, o objetivo aqui era sensibilizar as crianças, pelo que as imagens tinham de ter uma leitura prática e direta. Deste modo, o primeiro passo após me contextualizar foi construir a imagem que identificaria o Zoo no parque, o pato mandarim. A partir daí, todas as ilustrações surgiram na mesma linha, criando uma coerência gráfica e estética.

Todas as ilustrações utilizadas foram desenhadas por mim, numa fase inicial manualmente e numa fase final concluídas digitalmente.



*Ilustração sinalética
área temática
“A Floresta Silenciosa”.*



Parte do material gráfico da área temática do Zoo em Perlím.



Imprevistos

Este foi sem dúvida o projeto em que mais me envolvi em todos os sentidos, dada a autonomia total para a sua execução e produção que me foi conferida. Contudo, surgiram alguns imprevistos na produção.

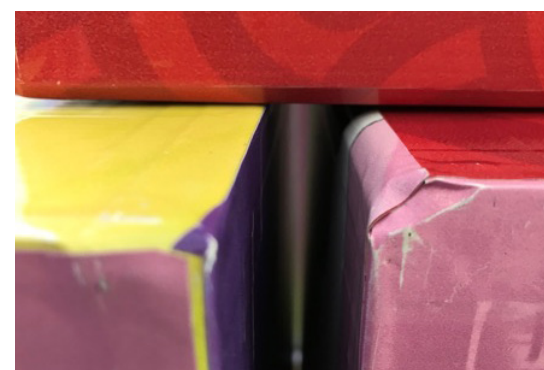
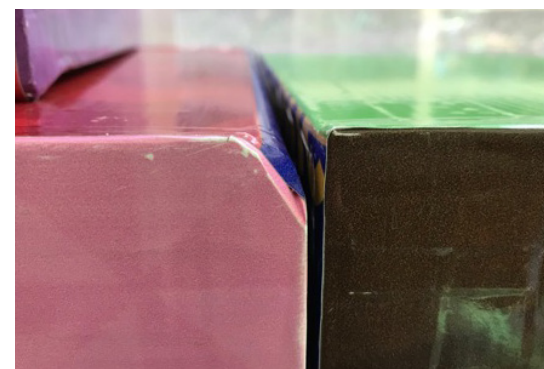
O *briefing* do projeto foi-me dado já perto da data de início do evento, razão pela qual senti muitas vezes que não ia ter tempo para completar o projeto com qualidade. Embora alguns objetos gráficos fossem de fácil produção, como os *vouchers*, os desdobráveis ou as lonas, existiam outros que iam demorar bem mais a produzir, nomeadamente alguns dos jogos.

Como já referi anteriormente, devido ao rigor do processo de “compra”, este pode tornar-se lento, dificultando o envio para produção. Foi nesta altura que entendi que toda a regra tem a sua exceção e que estas não podem comprometer a execução dos projetos. Por vezes, tive que saltar todo este processo, pedir os orçamentos às três identidades, como exigido, escolher a mais barata e de maior qualidade e enviar para produção, antes de ter a aprovação da direção.

Ainda que isto fosse comum para os restantes elementos da equipa, a minha qualidade de estagiária levava-me a sentir algum receio de que algo corresse mal, uma vez que a responsabilidade era minha.

Não obstante, quando comecei a ter mais autonomia foi-me fornecida uma lista de fornecedores que normalmente trabalham com a empresa. Alguns dos elementos do projeto “Floresta Silenciosa” entreguei a uma dessas empresas. Um desses elementos, um jogo constituído por 9 cubos, estava orçamentado no valor aproximado de 500,00 euros e a sua produção não foi realizada da melhor maneira, uma vez que os objetos chegaram ao destino com vinil colado no sentido errado. Após ter reportado o sucedido à identidade em questão, esta assumiu o erro, afirmando que iria corrigir o que estava errado, mas ao devolver o jogo este vinha ainda em pior estado.

A dada altura, achei que a resolução do problema já extravasava as minhas funções, o que me levou a explicar o sucedido à Diretora do Zoo que, no entanto, desvalorizou o sucedido, talvez por falta de tempo.



Imprevisto na produção de um dos jogos para a área temática do Zoo de Lourosa em Perlim.

Nova Identidade HMC

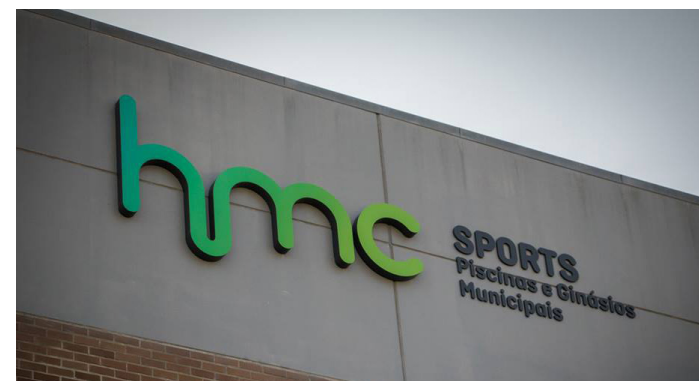
Como referi no capítulo anterior, as Piscinas Municipais de Santa Maria da Feira, Lourosa e Fiães são geridas pela Feira Viva. Já há algum tempo que me foi comunicada a intenção de mudar a marcar, de mostrar que esta não se tratava apenas de umas piscinas.

Neste contexto, o designer da empresa já tinha construído, em 2016, um novo logótipo para o equipamento municipal em questão.

Nos seus 20 anos de existências, as piscinas municipais evoluíram para complexos desportivos e a Feira Viva quis marcar a evolução com o rebranding dos equipamentos. Hmc Sports foi o nome escolhido para renovar a imagem do equipamento municipal, esta passou a ser a designação para os centros desportivos a operar nas três piscinas municipais existentes – Feira, Lourosa e Fiães. HMC representa homens, mulheres e crianças, o objetivo principal da empresa Feira Viva e do equipamento municipal em particular é aproximar-se de toda a população, oferecendo um espaço atrativo e renovado, mas com os mesmo ideais e valores de sempre.

Na minha opinião, o HMC é um bom exemplo da filosofia da empresa e do Departamento de Imagem e Comunicação, que pretende preservar o conteúdo dos seus equipamentos municipais e, em simultâneo, dar-lhes uma imagem renovada, mais fresca e mais jovem.

A meu ver, a apresentação da nova marca, foi feita de uma forma muito inteligente. Para assinalar esta nova fase, foi organizado um open day, onde estavam disponíveis mais de 50 aulas para todas as idades, gratuitamente. A comunicação foi muito forte, especialmente nas redes sociais, preservando sempre o segredo da nova marca que foi apresentada nesse dia através da renovação dos três clubes: Feira, Fiães e Lourosa. Todos os elementos foram renovados, desde fardas, merchandising, sinalética e salas de aulas. As pessoas sentiram-se valorizadas e integradas na nova identidade do equipamento municipal.



Nova Marca Piscinas Municipais.

Diversidade Linguística

O Departamento de Imagem e Comunicação trabalha diariamente nos conteúdos gráficos dos equipamentos municipais e eventos do concelho e cada um deles tem uma identidade e linguagem própria, que tem de ser respeitada.

A título de exemplo, Perlim e o Zoo de Lourosa estão mais próximos das crianças, motivo pelo qual utilizam regularmente ilustrações nas suas divulgações, tendo sempre que se manter a mesma linha e coerência gráfica.

Por outro lado, o Europarque é, provavelmente, o equipamento mais sóbrio da empresa. Como alberga qualquer tipo de evento e, consequentemente, qualquer tipo de público, tem que ser bastante neutro na sua comunicação.

O desafio, a meu ver, está na forma como o colaborador do departamento se tem de adaptar a qualquer tipo de briefing, tendo que manter um fio condutor entre todos os equipamentos e eventos, por fazerem parte do mesmo bolo, mas serem fatias diferentes.

Ainda que as aptidões de cada elemento da equipa sejam tomadas em consideração e cada um fique encarregue dos projetos relativos ao equipamento que lhes é mais

familiar, todos os colaboradores do departamento têm de estar preparados para intervir em qualquer projeto, consoante a necessidade e urgência do mesmo.

Sendo o banco fotográfico da empresa muito valorizado, todos os elementos do departamento, incluindo o copywriter e o programador, têm de ter conhecimentos fotográficos e de edição de imagem. A ideia é rodar essa tarefa por todos os elementos, de modo a que todos cubram os eventos e atividades de fim de semana, tais como o Europarque Running.

O Europarque Running é uma atividade criada pela Feira Viva, que ocorre todos os domingos, com sol ou chuva, na qual se oferece gratuitamente à população grupos de corrida e caminhada. Todos estes grupos são orientados por professores e técnicos de Educação Física do hmc Sports. O objetivo é promover a saúde, o bem-estar e a prática desportiva.

Assim, todos os domingos um elemento do departamento dirige-se ao Europarque e regista fotograficamente a atividade, de seguida faz a devida selecção e edição das imagens e publica as mesmas nas redes sociais, novamente com o objetivo de aproximar a empresa e a cidade da população.



Alguns exemplos de diversidade linguística na comunicação dos eventos e equipamento Feira Viva. (Europarque, HMC Sports, Zoo de Lourosa, Perlím)



Algumas imagens capturadas no evento semanal de caminhada e corrida: Europarque Running.



04 CONCLUSÕES FINAIS

Conclusões Finais

Findo este relatório, cumprirá agora fazer uma breve reflexão relativamente ao estágio curricular realizado. Feito um balanço do trabalho desenvolvido e da metodologia da Feira Viva, hoje sei que tomei uma boa decisão, tanto a nível profissional como a nível pessoal. Quando optei pela Feira Viva, lembro-me de ter tido algumas reservas, uma vez que esta empresa não é propriamente um estúdio de design, mas sim uma empresa municipal que trabalha em prol da cidade.

Não obstante, o facto de Santa Maria da Feira ser a minha cidade natal, tal como já referi anteriormente, teve também um certo peso na minha decisão, não pela comodidade inerente à localização desta empresa, mas sim por, de certa forma, poder contribuir para o desenvolvimento da minha cidade. Quando falamos em Santa Maria da Feira temos de ter a consciência de que falamos de uma pequena cidade, cuja população é maioritariamente constituída por cidadãos séniores. Comunicar em Santa Maria da Feira não é o mesmo que comunicar no Porto ou em Lisboa, as peculiaridades desta cidade pedem uma abordagem diferente e este foi um dos grandes desafios deste estágio. A ética e metodologia de trabalho da equipa de comunicação da Feira Viva, cujos elementos trabalham todos os dias não só para divulgar os equipamentos e eventos municipais que a empresa gere, mas também para estimular uma população um pouco mais conservadora, mereceram, desde a minha inserção nesta equipa, a minha admiração.

Durante o meu estágio, principalmente quando trabalhava para a loja oficial e no *merchandising* da mesma, senti-me um pouco frustrada por ter, quase sempre, de fazer referência aos elementos históricos da cidade como, por exemplo, o Castelo.

Posteriormente, entendi que o desafio estava na aposta em novas linguagens e abordagens, introduzindo isso na mente da população, principalmente na mais idosa. Um bom exemplo é a mudança de marca das piscinas municipais. Durante 20 anos, a população habituou-se àquele nome e registo, mas quando a marca mudou e se modernizou, as pessoas abraçaram a mudança e o crescente sucesso dos eventos é demonstrativo disso mesmo. Na minha opinião, a forma inteligente como a equipa da Feira Viva alterou a marca e o conceito do equipamento, transformaram umas meras piscinas municipais num grupo de equipamentos desportivos mais modernos e funcionais. Não obstante as obras nas infraestruturas, não podemos negligenciar o papel crucial deste departamento na divulgação das piscinas e das suas escolas de natação, cada vez mais procuradas nos últimos anos.

A meu ver, a forma como a Feira Viva comunica com a população é ambiciosa, criativa e dinâmica. Em pouco tempo, a empresa conseguiu explorar a cidade, tirando partido dos seus pontos fortes e, deste modo, reconquistando os seus habitantes e conquistando turistas, sobretudo espanhóis. A título de

exemplo, no evento Perlim, realizado em Dezembro, uma média de 40% dos visitantes são de nacionalidade espanhola.

No que ao meu estágio diz respeito, este foi uma mais valia para mim, não só a nível profissional, mas também a nível pessoal, uma vez que me permitiu colaborar em eventos a que assisto desde criança. Participar na comunicação da minha cidade, uma cidade relativamente pequena, e sentir que se faz design de qualidade em Santa Maria da Feira, que se comunica de forma eficaz e que essa comunicação tem impacto na comunidade, é um orgulho e deixa-me realmente feliz.

Quanto à organização e acompanhamento do meu estágio, julgo que também foi bastante positivo. Desde o início, foram-me dadas as ferramentas e técnicas necessárias para estimular a minha criatividade e a minha produtividade. Nunca me senti uma mera estagiária na Feira Viva, sempre me confiaram projetos ambiciosos, valorizaram o meu trabalho, bem como a minha opinião, o que potenciou o meu crescimento enquanto profissional. Em situações nas quais não conseguia chegar à solução pretendida, explicavam-me formas de conseguir chegar lá e enriquecer o meu trabalho. No entanto, o meu período na empresa em questão não está isento de críticas. Desde logo, talvez a organização do departamento em si nem sempre seja a melhor. Embora na teoria, esteja tudo minuciosamente organizado, na prática nem sempre é assim e a justificação

que encontro prende-se com o número de colaboradores no departamento de imagem e comunicação.

A Feira Viva, ao longo dos anos, tem crescido bastante, principalmente nos últimos três/quatro anos, e por vezes torna-se humanamente impossível dividir todo o trabalho gráfico por quatro trabalhadores. A nível de relações humanas, a empresa é bastante justa. O meu percurso pela Feira Viva levou-me a concluir que acreditar no estagiário, preparando-o e ensinando-lhe técnicas e formas de resolver problemas reais, é muito vantajoso para ambas as partes. Enquanto que a empresa tem alguém dedicado e motivado para executar o trabalho que é delegado, o estagiário, ao sentir-se útil, desenvolve as suas capacidades e torna-se numa mais valia.

Embora tenha adquirido muito conhecimento teórico nos meus últimos cinco anos como estudante, foi na Feira Viva que os coloquei em prática e entendi que, por vezes, não é tudo tão linear como aprendemos, que o mundo do trabalho muitas das vezes nos coloca à prova e temos de ser práticos e maliaáveis a resolver todas as questões que nos colocam.

No futuro, pretendo continuar a aprender, a trabalhar todos os dias para me sentir útil com aquilo que faço, sendo cada vez melhor quer a nível profissional, quer a nível pessoal.



Fontes Consultadas

Artigos da web:

<http://feiraviva.com/index.php/informacao-institucional/>
Consultado a 20 de Novembro de 2017

<https://www.europarque.pt/espacos/>
Consultado a 5 de Dezembro de 2017

<https://www.zoolourosa.com/content.php?pg=noticias>
Consultado a 5 de Dezembro de 2017

<http://www.jornaln.pt/local/concelho/hmc-sports-nova-marca-das-piscinas-municipais/>
Consultado a 12 de Abril de 2018

<https://www.cm-feira.pt/portal/site/cm-feira/relatorio-actividades/>
Consultado a 3 de Maio de 2018

<https://www.cm-feira.pt/portal/site/cm-feira/template.MAXIMIZE/PlanoEstrategico/>
Consultado a 3 de Maio de 2018



